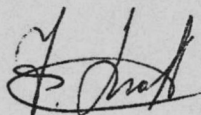


0- 793413

На правах рукописи



ЛЮБИМОВ ФЁДОР АЛЕКСАНДРОВИЧ

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР
НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

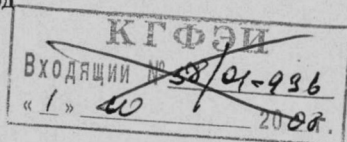
Специальность: 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством
(предпринимательство)



АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Великий Новгород

2008



Диссертационная работа выполнена на кафедре маркетинга и управления персоналом Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого».

Научный руководитель доктор экономических наук, профессор
Омаров Магомед Магомедович

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Грекова Галина Ивановна

кандидат экономических наук, доцент
Шиловская Людмила Петровна

Ведущая организация: Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский государственный
аграрный университет»

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ



0000802200

Защита состоится 16 октября 2008 г.

дисс. унк. Зак. 2936. Тип. 80 мив.
уни.
Пск
С д
упра
Муд

Авто

Учен
диссертационного совета
кандидат экономических наук,
профессор

КОНТРОЛЬНЫЙ ЛИСТ
СРОКОВ ВОЗВРАТА
КНИГА ДОЛЖНА БЫТЬ
ВОЗВРАЩЕНА НЕ ПОЗЖЕ
КАЗАННОГО ЗДЕСЬ СРОКА
Изд., пред. выдан

М. В. Любимова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Взаимодействие предпринимательских структур на различных уровнях и направлениях представляет собой процесс поиска, принятия и реализации решений, связанных с эффективным использованием финансовых, материальных, человеческих и производственных ресурсов с наибольшей выгодой. Взаимодействие предпринимательских структур возникает на основе технологической цепочки, включая всех субъектов рыночного взаимодействия: посредников, осуществляющих распределение и движение товарного потока, исследовательских и консультационных фирм, страховых компаний, научно-исследовательских центров, рекрутинговых агентств и образовательных организаций.

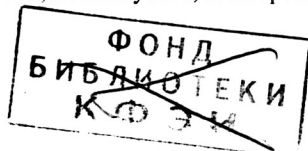
В современных условиях взаимодействие предпринимательских структур представляет собой творческую деятельность, ориентированную на долгосрочные отношения взаимодействующих субъектов рынка по обеспечению на данной территории экономически эффективного и социально-ответственного процесса создания, распределения и использования товарно-денежных ценностей. Эффективность деятельности предпринимательских структур напрямую зависит от организации взаимодействия со всеми субъектами рынка. Поэтому разработка эффективной системы взаимодействия является важным фактором устойчивого развития бизнеса в России.

Состояние изученности вопроса. Различные аспекты формирования предпринимательства, экономические закономерности его развития и механизм функционирования отражены в трудах классиков политической экономии Д. Риккардо, А. Смита, представителей неоклассики Т. Мальтуса, Ж. Сисмонди и Ж.-Б. Сэя.

Теория потребления, используемая для современной оценки совокупного потребительского спроса и факторов, определяющих спрос, отражена в трудах Л. Вальраса, Ст. Жевонса, Дж. Дьюзенбери, Дж. Кларка, Ф. Котлера, Л. Маршалла, К. Менгера, О. Моргенштейна, Дж. Неймона, Г. Саймона, П. Самуэльсона.

В работах Л. Абалкина, В. Андрианова, А. Асаула, Е. Гайдара, С. Глазьева, С. Журавлёва, В. Иванченко, В. Лексина, А. Лившеца, Н. Петракова, И. Рождественской, Е. Чистякова, А. Швецова, В. Шульги, Е. Явлинского, Е. Ясина излагались и обосновывались различные, порой противоположные, взгляды на реформирование экономики и государственное регулирование.

Теоретические и методологические проблемы личного потребления в увязке с проблемами транзитивной экономики исследованы в трудах отечественных учёных В. Агеева, И. Алехина, О. Голокрыловой, В. Белоусова, Ю. Борозина, К.



Вальтуха, Ю. Иванова, Н. Кетовой, О. Мамедова, В. Мау, В. Смирнова, И. Столярова, С. Шаталина, В. Яковлевой.

В процессе исследования использовалась институциональная теория рынка, отраженная в трудах российских ученых А. Введенского, В. Гребенникова, А. Городецкого, О. Иншакова, Г. Клейнера, Д. Львова, Н. Лебедевой, А. Олейника, В. Полтеровича, В. Радаевой, А. Шаститко.

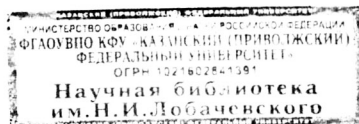
Однако в экономической литературе многие сложные вопросы взаимодействия предпринимательских структур рассматриваются с теоретико-методологических позиций, когда сфере потребления отводится подчиненная роль и абсолютизируется производство средств производства и продукции ВПК.

Целью диссертационного исследования является разработка теоретических основ, методологических подходов повышения эффективности взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне. Реализация поставленной цели потребовала решения следующих задач:

- изучить и обобщить труды отечественных и зарубежных ученых по исследованию процесса взаимодействия предпринимательских структур на уровне региона;
- классифицировать виды и исследовать механизм взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне;
- исследовать методологические подходы к оценке взаимодействия предпринимательских структур;
- определить основные тенденции развития и проблемы взаимодействия предпринимательских структур на уровне региона;
- проанализировать экономическое состояние и перспективные направления развития предпринимательства в Новгородской области;
- выявить ключевые факторы успеха и разработать показатели эффективности взаимодействия предпринимательских структур;
- разработать алгоритм взаимодействия и механизм комплексной оценки экономической деятельности предпринимательских структур;
- предложить модель экономического взаимодействия властных и предпринимательских структур.

Объектом исследования в соответствии с поставленной целью и определенными задачами является процесс взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне.

Предметом исследования являются управленческие отношения, возникающие в процессе взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне.



Методология и методика исследования. Теоретической и методологической основой диссертационного исследования выступают труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов, разработки коллективов ведущих научно-исследовательских институтов по проблемам управления и повышения эффективности деятельности предпринимательских структур.

Информационная база представлена данными государственных статистических органов, материалами научно-практических конференций, данными статей и докладов российских и зарубежных ученых-экономистов, законодательными документами и нормативными актами, регламентирующими предпринимательскую деятельность.

В ходе диссертационного исследования применялись системный и программно-целевой подходы, монографический, графический, экономико-статистические и эвристические методы исследования.

Научная новизна результатов исследования состоит в разработке теоретических положений, методологических подходов и практических рекомендаций по повышению эффективности взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне. Приращение научного знания, полученного в ходе диссертационного исследования, представлено следующими элементами:

- предложена классификация видов, разработан механизм и выявлены проблемы взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне;
- даны рекомендации по совершенствованию управления взаимоотношениями предпринимательских структур и заинтересованных сторон с учетом основных проблем развития бизнеса;
- определены ключевые факторы успеха и предложена система показателей эффективности взаимодействия предпринимательских структур;
- предложен алгоритм и разработана модель взаимодействия предпринимательских и властных структур при формировании взаимовыгодного экономического пространства, обеспечивающие социо-эколого-экономическое развитие региона.

Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности их использования в качестве методологической базы руководителями и специалистами предприятий различных сфер деятельности. Значительные части разделов и положений диссертации доведены до стадии, обеспечивающей возможность их непосредственного использования во взаимодействии предпринимательских структур и при разработке конкретных программ развития предпринимательства. Теоретические положения работы могут быть использованы в преподавании учебных курсов «Организационное поведение», «Менеджмент», «Управление персоналом».

Апробация и реализация результатов исследования. Результаты исследования опубликованы в 9 публикациях, в том числе 1 научная статья в рецензируемых и реферируемых журналах, рекомендуемых ВАК России, и доложены на ряде научных и научно-практических конференций.

Структура и объем работы. Цели и задачи исследования определили структуру работы, которая состоит из введения, трех глав, включающих десять параграфов, заключения, списка используемой литературы и приложений.

Во введении обоснована актуальность темы, определены цели и задачи работы, сформулированы научная новизна и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе «Теоретико-методологические основы взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне на современном этапе» изучена методология процесса взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне, выделены основные преимущества процесса интеграции, виды и механизм взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне, предложена модель взаимодействия бизнес - объединения в коммуникативной сети, исследован алгоритм системы взаимодействия крупного и малого предпринимательства, дополнены методические подходы к оценке взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне, выявлены проблемы взаимодействия властных и предпринимательских структур на уровне региона.

Во второй главе «Оценка состояния, тенденции и перспективные направления развития предпринимательства Новгородской области» дана социально-экономическая характеристика, и проанализировано развитие предпринимательства в экономике Новгородской области, выявлены основные тенденции, проблемы и перспективные направления развития регионального предпринимательства, даны рекомендации по управлению взаимоотношениями предпринимательских структур и заинтересованных сторон с точки зрения основных проблем бизнеса.

В третьей главе «Методические основы взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне» предложены ключевые факторы успеха и показатели взаимодействия предпринимательских структур, предложена модель измерения эффективности взаимодействия предпринимательских структур на уровне региона, разработаны алгоритм и модель экономического взаимодействия властных и предпринимательских структур на региональном уровне, предложен механизм комплексной оценки экономической деятельности предпринимательских структур.

В заключении даны основные выводы и предложения по теме исследования.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

В диссертации предложена классификация видов, разработан механизм, и выявлены проблемы взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне.

Под взаимодействием предпринимательских структур на региональном рынке в диссертации понимается партнерство, ориентированное на долгосрочные отношения взаимодействующих субъектов рынка по обеспечению на данной территории экономически эффективного и социально ответственного процесса создания, распределения и использования товарно-денежных ценностей.

Взаимодействие субъектов рынка выражается в формировании рыночной цены, определении объемов продаж, характеристик товара, размеров мероприятий по продвижению товара на рынок, величины затрат, требуемой для создания барьеров входа конкурентами на рынок.

Механизм взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке представляет систему взаимоотношений, нацеленную на повышение эффективности деятельности субъектов взаимодействий, представляющую их единство, определяющую взаимные права и обязанности, процедуры, направление и характер связей между ними.

В качестве критерия классификации видов взаимодействия предпринимательских структур нами предложен метод конкуренции. Субъекты потребительского рынка взаимодействуют в отношении ценовых показателей - «ценовая конкуренция» и неценовых показателей - «неценовая конкуренция».

По степени согласованности поведения субъектов на рынке выделены конкурентные (несогласованные) взаимодействия и кооперативные (согласованные) взаимодействия.

По степени институциональности субъектно-объектных отношений взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке можно выделить четко оформленные и аморфные взаимодействия.

Классификация видов взаимодействия субъектов по результатам их функционирования предполагает выделение двух таких больших категорий как:

- стабильный рынок, на котором результат взаимодействия субъектов определен однозначно – цена и объемы выпуска принимают конкретные значения, и за короткий период времени наступает относительное равновесие со стабильными параметрами поведения экономических субъектов;
- нестабильный рынок, на котором взаимодействия субъектов приводят к многовариантности результата. Цена и другие параметры рынка все время меняются в определенном диапазоне, равновесие не достигается или достигается путем разрушения самого рынка.

По отношению управленческого персонала субъекта к транзакционной сделке выделены:

- дружественные взаимодействия, при которых руководящий состав и акционеры интегрируемых субъектов поддерживают данную сделку;
- враждебные взаимодействия, при которых руководящий состав «субъекта-мишени» не согласен с готовящейся транзакционной сделкой и осуществляет

ряд противозахватных мероприятий.

Взаимодействия классифицируются и с точки зрения принадлежности субъекта к тому или иному переделу в пределах бизнес-процесса изготовления потребительской ценности (горизонтальные, вертикальные и конгломератные).

Таким образом, классификация видов взаимодействия предпринимательских структур на потребительских рынках может быть представлена на основе 28 критериев, объединенных в три группы: взаимоотношения на микро-, мезо- и макроуровнях (рис. 1).

К микроуровню отнесены взаимодействия, осуществляемые на уровне предпринимательской структуры как системы управления, а также взаимоотношения с потребителями. Мезоуровень представляет собой взаимодействия предпринимательской структуры с основными элементами системы маркетинга. Макроуровень представлен взаимодействием между предприятием и государственными структурами, финансово-экономическими институтами, региональными органами власти, общественными организациями, основанными на принадлежности взаимодействующих субъектов к сфере деятельности, взаимодействием систем рынка, уровне влияния и других характеристиках.

Предложенная классификация позволяет, на наш взгляд, определить границы уровней взаимодействия предпринимательских структур со всеми субъектами рынка и разработать механизм их взаимодействия, направленный на повышение результативности экономической деятельности предпринимательских структур и эффективности функционирования потребительского рынка.

Под механизмом взаимодействия нами понимаются действия органов власти, предпринимательских структур и субъектов инфраструктуры, выражающиеся в определенных способах и принципах функционирования при наличии внутренней упорядоченности и согласованности между ними, дифференциации и относительной автономности (рис. 2).

Реализация механизма взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке позволяет решить следующие задачи:

- формирование информационной среды предпринимательских структур и органов власти;
- создание нормативно-правовой базы, обеспечивающей инновационные цели и экономическую активность предпринимательства;
- формирование эффективных технологических и кооперативных связей;
- повышение эффективности производства товаров и услуг предпринимательскими структурами.

Эффективное функционирование механизма взаимодействия зависит от того, насколько предпринимательские структуры, государственные органы и общество будут заинтересованы в гармонизации отношений и стремлении создать атмосферу доверия. В основе реализации механизма взаимодействия предпринимательских структур лежит понимание государственными органами реальных условий функционирования предприятий и осознание предпринимательскими структурами необходимости решения общественных проблем.

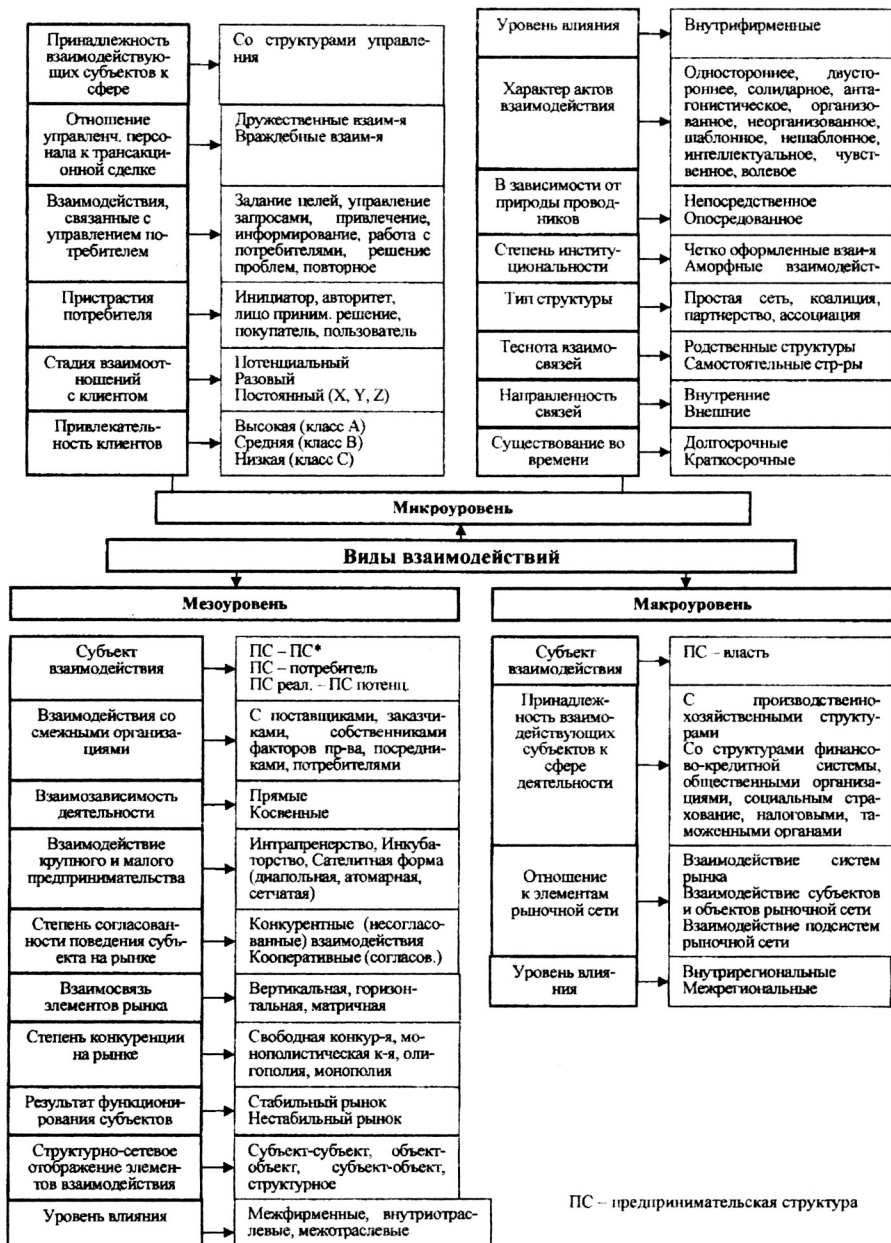


Рисунок 1 - Классификация видов взаимодействия предпринимательских структур на региональных потребительских рынках

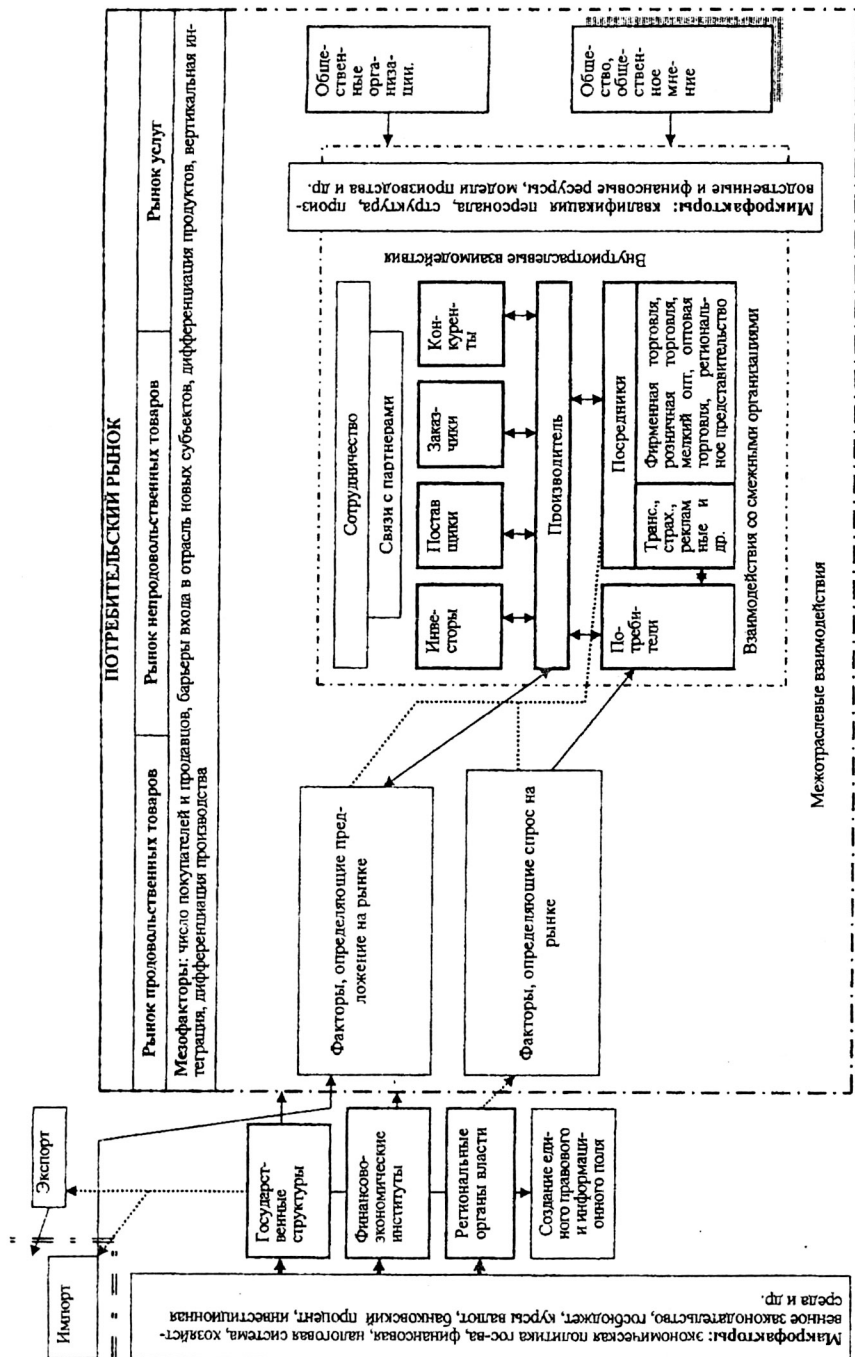


Рисунок 2 – Механизм взаимодействия предпринимательских структур на потребительских рынках

Структурные элементы интересов государства в системе предпринимательства представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Структура экономических интересов государства в системе предпринимательства

Структурные элементы экономических интересов	Интересы государства	Интересы предпринимательских структур	Степень совпадения интересов
Цель	Экономическая и социальная стабильность	Максимизация прибыли	Противоречие
Способ реализации	Создание условий для деловой активности	Эффективное использование ресурсов; наращивание объемов производства и реализации	Совпадение
Средства достижения	Нормы права	Выбор наиболее эффективных видов и форм деятельности	Частичное совпадение
Социально-экономический эффект	Благополучие граждан	Занятость, удовлетворение потребностей членов общества	Совпадение
Условия достижения цели	Стабильная и эффективная институциональная среда		Совпадение

Эффективность механизма взаимодействия предпринимательских структур и государственных органов во многом зависит от согласованности социально-экономических интересов участников.

Система государственной поддержки обеспечивает предпринимательским структурам возможность пользоваться материальными, денежными, информационными ресурсами, госзаказами, услугами. Для государственной поддержки предпринимательских структур на региональном уровне характерны:

- содействие выполнению федеральных и областных программ реализации индустриальных приоритетов развития;
- поддержка рациональных межотраслевых экономических связей между предприятиями на основе долгосрочных контрактов и ценовых соглашений;
- использование принципов стратегического планирования и прогнозирования экономики региона.

В диссертации на основе письменного анкетного опроса, в котором участвовало 500 малых предпринимательских структур Новгородской области, нами выделены основные проблемы взаимодействия предпринимательства, которые представлены на рис. 3. Проблемы взаимодействия предпринимательских структур нами сгруппированы по пяти направлениям:

- производственного характера;
- в финансово-кредитной сфере;
- с властными структурами;
- с рыночной инфраструктурой;
- в социально-правовой среде.

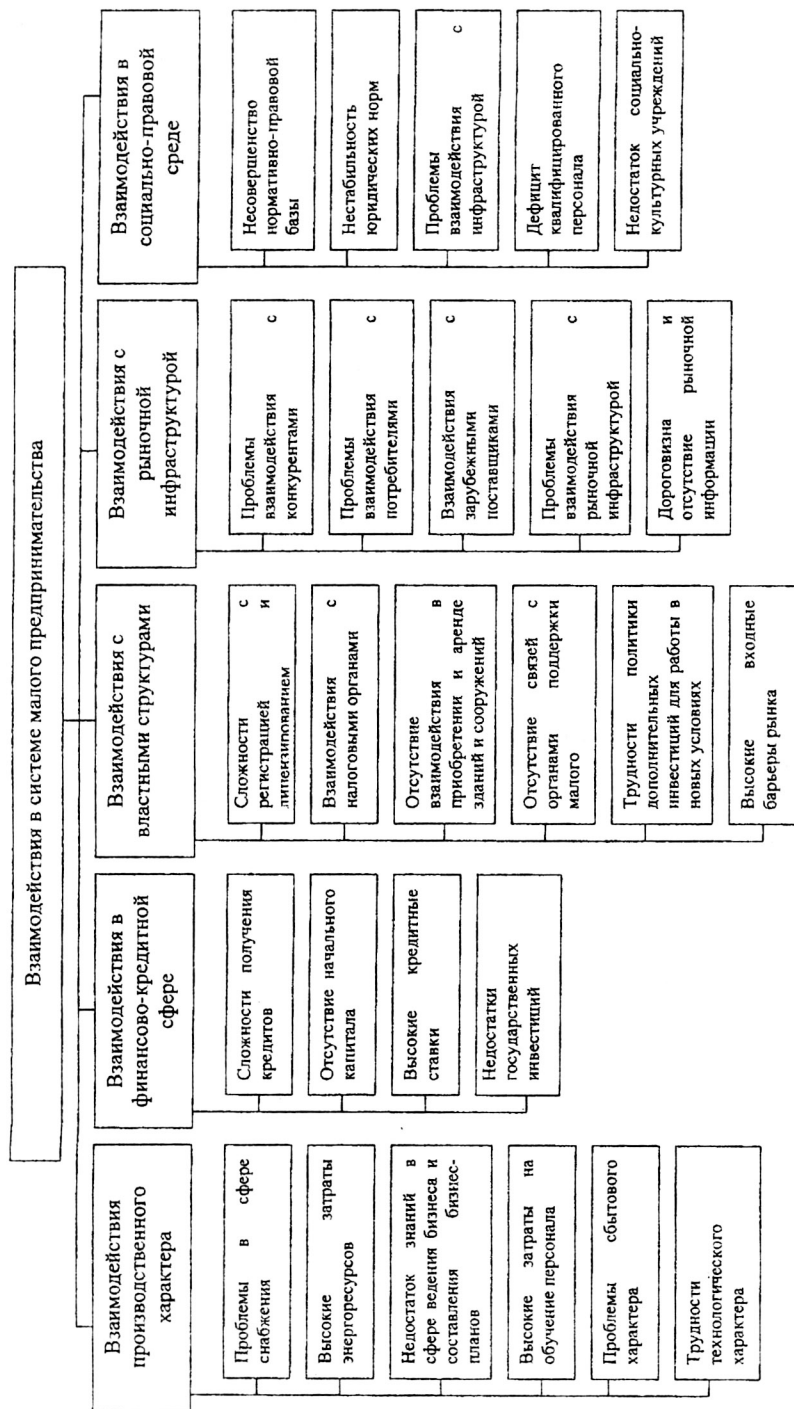


Рисунок 3 – Классификация основных проблем взаимодействия малых предпринимательских структур

Знание этих проблем, и адекватная реакция на них позволяет руководителям своевременно реагировать на возникающие у них проблемы в сфере взаимодействия, сокращать время на принятие решений по спорным моментам, что в конечном итоге позволит повысить эффективность деятельности предпринимательских структур региона.

Даны рекомендации по совершенствованию управления взаимоотношениями предпринимательских структур и заинтересованных сторон с учетом основных проблем развития бизнеса.

Основная проблема во взаимоотношениях со всеми заинтересованными сторонами заключается в том, что первостепенное значение уделяется отношениям с инвесторами. Однако в современных условиях при практически повсеместном распространении концепции маркетинга взаимодействия нужно рассчитывать на все заинтересованные стороны в работе компании и принимать во внимание степень их ответственности. Включение всех заинтересованных сторон в систему измерения эффективности деятельности предпринимательской структуры позволяет в большей степени отследить, как организация регулирует свои отношения с каждой из заинтересованных сторон. Мы придерживаемся мнения, что отношения являются двусторонними, т.к. заинтересованные стороны выдвигают свои требования и запросы к компании, последние в свою очередь тоже адресуют свои потребности к этим сторонам.

В этой связи нами подробно рассмотрена взаимосвязь руководства организации со всеми заинтересованными сторонами в бизнесе. Многообразие этих отношений иллюстрирует сложность взаимосвязей, которые приходится строить в современном бизнесе (рис. 4).



Рисунок 4 – Система взаимодействия предпринимательских структур на региональном уровне

Ширина стрелок на рисунке 4 характеризует силу этих взаимоотношений. Как правило, самые тесные связи возникают между организацией и ее инвесторами, потребителями, наемными работниками, поставщиками и регулятивными органами, однако хотелось бы отметить, что теснота связей зависит также от рассматриваемой отрасли.

В современном бизнесе акционеры компаний (инвесторы), как правило, являются их владельцами и наделены полномочиями по управлению. Лояльность инвесторов к компании тесным образом зависит от применяемой системы информирования в отношении с ними. Эффективность взаимоотношений с инвесторами зависит также от ряда других факторов, приведенных на рис. 5.

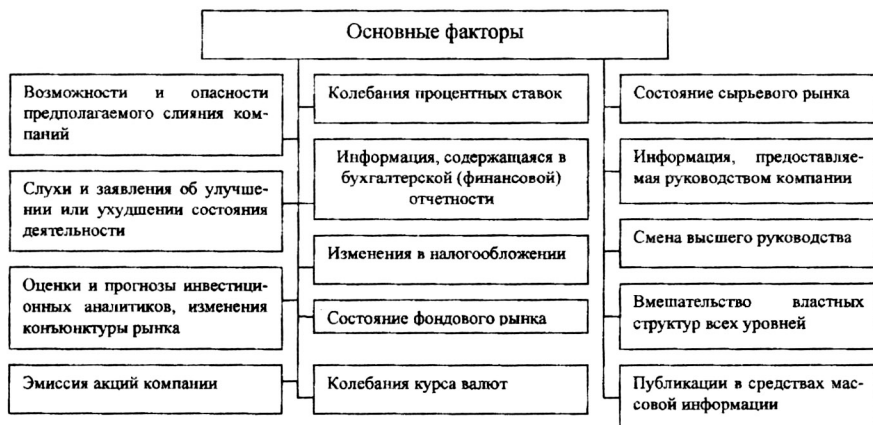


Рисунок 5 – Основные факторы, влияющие на эффективность управления взаимоотношениями с инвесторами

Влияние этих факторов существенным образом затрудняет процесс управления взаимоотношениями с инвесторами. Поэтому в последнее время во многих компаниях возникают отделы, занимающиеся непосредственно отношениями с инвесторами или отдельные специалисты по контактам с прессой.

В диссертационном исследовании мы пришли к выводу, что при управлении взаимоотношениями с клиентами, необходимо иметь в виду два вопроса: каковы нужды и потребности клиента, и что ждет организация от своих клиентов. Призма эффективности позволяет провести границу между этими противоположными, но взаимосвязанными вопросами, она разделяет удовлетворенность и вклад клиента, а также идентифицирует соответствующие меры для каждого из этих моментов.

Основными способами удержания наемного персонала на предприятии нами рекомендованы:

- повышение оплаты труда, премий;
- предоставление возможностей для обучения персонала;
- профессиональный рост;

- моральное поощрение;
- предоставление самостоятельности;
- поддержание позитивного настроения у работников и другие.

В последнее время одной из тенденций развития взаимоотношений с поставщиками является направление поставок извне, т.е. внешнее обслуживание неосновных видов деятельности компании или аутсорсинг. Одна компания не может одинаково хорошо справляться со всеми сторонами своего бизнеса, и поэтому выполнение части неосновных бизнес-процессов она передает во внешнюю среду, другой компании. Это могут быть обработка первичных документов, сбор информации, охрана, управление человеческими ресурсами и др.

В диссертационном исследовании определены ключевые факторы успеха, и предложены показатели эффективности взаимодействия предпринимательских структур.

Проблема повышения эффективности бизнеса организаций во всех сферах российской экономики в настоящее время является острой и актуальной. Российская экономика продолжает неоправданно расточительно расходовать природные и человеческие ресурсы. По уровню производительности Россия по-прежнему отстает от развитых стран. Основные проблемы – технологическая отсталость, несовершенство используемых методов производства и управления. В целях обеспечения устойчивости предпринимательских структур, их гибкого реагирования на меняющиеся рыночные условия, улучшения качества выпускаемой продукции в них должны постоянно осуществляться изменения бизнес-процессов, организации их проведения и методов взаимодействия с другими предпринимательскими структурами.

Так, за период с 2000 по 2005 гг. валовой региональный продукт предприятий Новгородской области в действующих ценах вырос примерно в 3 раза и составил 61 млрд. руб. в 2005 году (табл. 2).

Также увеличились доходы и расходы регионального бюджета, за рассматриваемый период бюджет области возрос примерно в 4,5 раза. Динамика консолидированного областного бюджета за рассматриваемый период свидетельствует о недостаточном развитии экономики области. В основном бюджет дефицитен, в 2006 году расходы бюджета превысили его доходы на 286,8 млрд. руб.

Оборот розничной торговли возрос с 9,3 млрд. руб. в 2000 году до 27,4 млрд. руб. в 2006 или в 3 раза. Это связано как с увеличением числа мест розничной торговли, так и созданием крупных торговых центров.

Инвестиции в основной капитал в 2006 году составили 18,9 млрд. руб. По сравнению с 2000 годом этот показатель увеличился почти в 4 раза.

По настоящее время реализовано четыре среднесрочных этапа комплексной программы государственной поддержки малого предпринимательства, позволивших обеспечить благоприятный социально-экономический климат для развития предпринимательства и стимулирования притока инвестиций в экономику региона.

Таблица 2 - Экономические показатели развития Новгородской области

Показатель	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2006 г. к 2000 г.
Валовой региональный продукт млрд. рублей	21.0	27.5	31.5	38.1	49.2	61.0	...	
на душу населения, тыс. руб.	29.3	39.0	45.2	55.4	72.6	91.0	...	
Доходы консолидированного бюджета млрд. руб.	4.2	4.8	5.8	7.2	8.8	15.0	18.0	в 4,3 р.
в процентах к валовому региональному продукту	20.0	17.5	18.4	18.9	17.9	24.6	...	
Расходы консолидированного бюджета, млрд. руб.	4.1	4.8	6.0	7.6	8.8	14.5	18.3	в 4.5 р.
в процентах к валовому региональному продукту	19.5	17.5	19.0	19.9	17.9	23.8	...	
Профицит, дефицит (-) консоли- дированного бюджета млн. руб.	57.5	-77.3	-164.4	-408.1	-12.6	551.9	-286.8	-
Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.	4.8	8.0	5.0	9.0	8.8	14.0	18.9	в 4 р.
Оборот розничной торговли, млрд. руб.	9.3	11.4	13.5	15.6	18.3	22.3	27.4	в 3 р.
Оборот общественного питания, млн. руб.	366	484	589	655	762	949	1057	в 2,9 р.
Платные услуги населению, млн. руб.	2016.6	2582.2	3523.4	4856.7	6465.9	8072.1	9757.6	в 4,8 р.
Индексы потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года), процентов	120.5	116.8	115.2	114.4	113.1	110.3	110.3	91,5
Внешнеторговый оборот, млн. долл. США в том числе:	348.9	437.6	537.1	711.6	809.7	1134.2	1169.6	в 3,4 р.
экспорт	271.6	306.6	375.7	439.1	559.0	801.8	888.7	в 3,3 р.
импорт	77.3	131.0	161.3	272.5	250.7	332.4	281.0	в 3,6 р.

По состоянию на начало 2007 года в Новгородской области действовало 13484 предприятий и организаций (табл. 3).

Таблица 3 - Число предприятий и организаций по формам собственности в Новгородской области

Показатель	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Всего	12433	12876	13097	13731	12941	13213	13484
в том числе по формам собст- венности:							
государственная	809	794	812	854	882	1057	1172
муниципальная	1847	1864	1819	1838	1826	1690	1941
частная	7115	7468	7690	8246	7692	8202	8214
общественных и религиозных организаций (объединений)	1725	1838	1875	1896	1777	1502	1442
прочие формы собственности, вкл. смешанную российскую, иностранную, совместную рос- сийскую и иностранную	937	912	901	897	764	762	715

По сравнению с 2001 годом их число увеличилось на 1051 или на 8,5 процентов. Данный прирост в основном был обусловлен увеличением числа предприятий, находящихся в частной (на 1099 или на 15%) и государственной собственности (на 363 или на 45%) и уменьшением доли общественных, религиозных организаций и предприятий прочих форм собственности.

Темп роста числа предприятий на протяжении рассматриваемого периода практически не изменялся. В течение 2006 года прирост составил 271 предприятие, что было обусловлено в основном ростом числа предприятий, занимающихся обеспечением военной безопасности и обязательным социальным обеспечением (увеличение на 395), транспортных предприятий и организаций, работающих в сфере связи (на 93), а также гостиниц и ресторанов (на 72). Число предприятий сельского хозяйства, обрабатывающих производств, оптовой и розничной торговли, напротив, сократилось.

Особое внимание Администрации уделяет формированию механизма «обратной связи» с бизнесом, привлекая предпринимателей к взаимодействию по всем вопросам развития предпринимательства, экономики в целом. Была образована Общественная коллегия по развитию предпринимательства при Администрации области, которая эффективно помогает власти организовывать работу по государственной поддержке малого предпринимательства. Важным событием для развития малого предпринимательства явилось принятие областного закона «О развитии малого предпринимательства в Новгородской области».

В проведённом нами опросе в 2007 году приняли участие 280 предприятий Новгородской области, из них 180 относятся к категории малых, 100 — средних предприятий. Основным контролируемым признаком при формировании целевой квотной выборки являлась отраслевая принадлежность предпринимательских структур по основному виду деятельности.

Исследование показало, что преобладающей тенденцией в малом и среднем бизнесе в Новгородской области является расширение деятельности, увеличение их торгового оборота. При этом 25,5% опрошенных указали, что темпы развития их компаний были достаточно высокими. Анализ показывает, что опережающими темпами в последние годы малый и средний бизнес развивался в промышленности и сфере услуг населению. В большинстве обследованных предпринимательских структур отмечался незначительный рост объемов производства (табл. 4).

На основании данных исследований нами были выявлены следующие тенденции развития предпринимательской деятельности в Новгородской области на текущем этапе:

- незначительное расширение деятельности компаний, недостаточно высокий уровень их конкурентоспособности;
- наиболее высокие темпы развития бизнеса в торговле и строительстве;
- уменьшение численности работников, занятых в экономике области;
- неравномерное распределение диверсификации производства и преобладание предприятий, выпускающих один вид продукции (услуг);
- стабильность объемов выпускаемой продукции;

– преобладание предприятий, осуществляемых свою деятельность на арендуемых площадях.

Таблица 4 – Распределение ответов респондентов, представляющих предприятия различных секторов экономики, на вопрос об общей тенденции развития своей компании, %

Оценка положения компании	Промышленность	транспорт	строительство	роз. торговля и общепит	опт. торговля	отрасли рын. инфраструктуры	сфера услуг	наука и науч. обслуживание
быстрые темпы развития со стабильным расширением бизнеса	21,8	26,7	28,2	25,8	23,3	30,0	33,9	4,5
незначительное расширение	49,1	54,1	44,5	53,2	50,3	50,0	49,8	45,5
без изменений	14,5	10,1	22,5	15,6	13,0	-	8,7	50,0
незначительное сокращение	14,5	6,2	4,7	5,5	13,3	4,9	7,7	-

В диссертационном исследовании были выявлены факторы, оказывающие наиболее существенное воздействие на эффективность деятельности предпринимательских структур, - факторы успеха. Факторы успеха отражают сущность эффективности, а показатели эффективности служат средством измерения и сопоставления эффективности.

Процесс взаимодействия предпринимательских структур носит двусторонний характер, поэтому его эффективность напрямую зависит от удовлетворённости как предприятия, так и потребителя. Потребитель должен быть доволен качеством товара, обслуживания, соотношения «цена-качество», известностью торговой марки или бренда и т.п., изделие предприятия должно нести ценность для потребителя.

Эффективность взаимодействия предпринимательских структур с потребителями, на наш взгляд, можно оценить следующими ключевыми факторами и показателями успеха (табл. 5):

- доходность постоянных клиентов;
- использование клиентской информации относительно модернизации изделий;
- использование инновационных идей клиентов;
- использование клиентской информации, касающейся установления брака (дефектов);
- расширение рынка за счёт имеющихся клиентов.

Таблица 5 - Показатели эффективности взаимодействия

Факторы успеха	Варианты расчета коэффициента фактора успеха		Диапазон значений, критерий оптимальности
	Увеличение дохода	Сокращение затрат	
Доходность постоянных клиентов	$K\Phi Y1 = \frac{\sum_{k=1}^{K_{\text{общ}}} D_k}{V_p \cdot T_n}$	$K\Phi Y1 = \frac{K_{\text{пост.}}}{K_{\text{общ}}}$	(0,1) Стремление → 1 MAX
Использование клиентской информации относительно модернизации изделий	$K\Phi Y2 = \frac{D_{\text{мод}}}{D_{k+\text{мод}}} =$	$K\Phi Y2 = \frac{q_{\text{ксмод}} \cdot n}{q_{\text{к}} \cdot 100}$	(0,1) Стремление → 1 MAX
Использование инновационных идей клиентов	$K\Phi Y3 = \frac{\sum_{k=1}^{K_{\text{нов}}} \sum_{i=1}^{q_k} D_{ki}}{\sum_{k=1}^{K_{\text{общ}}} D_k}$	$K\Phi Y3 = \frac{q_{\text{кновр}} \cdot i}{q_{\text{к}} \cdot 100}$	(0,1) Стремление → 1 MAX
Использование клиентской информации, касающейся установления брака (дефектов)	—	$K\Phi Y4 = \frac{\Delta_{\text{деф}}}{C_n} =$	(0,1) Стремление → 0 MAX
Расширение рынка за счёт имеющихся клиентов	$K\Phi Y5 = \frac{\sum_{k=1}^{K_{\text{нов}}} D_{\text{прк}}}{\sum_{k=1}^{K_{\text{общ}}} D_k}$	$K\Phi Y5 = \frac{K_{\text{нск}}}{K_{\text{общ}}}$	(0,1) Стремление → 1 MAX

В исследовании предложен алгоритм и разработана модель взаимодействия предпринимательских и властных структур при формировании взаимовыгодного экономического пространства, обеспечивающие социально-экономическое развитие региона.

Алгоритм взаимодействия органов власти и предпринимательских структур на региональном рынке определяет стратегические цели функционирования экономической системы на всех уровнях. Предложенный в диссертации алгоритм взаимодействия властных и предпринимательских структур разработан с учетом обратного воздействия результатов процесса на его содержание (рис. 6).

Оптимальное соотношение взаимоотношений является ключевым фактором и отражает объективные потребности органов государственной власти и интересы предпринимательства. Система взаимодействия властных и предпринимательских структур должна быть открытой и способной адаптироваться при изменении внешней среды и рыночной конъюнктуры.

Эффективность взаимодействия властных и предпринимательских структур зависит от того, насколько они будут подготовлены к интеграции усилий для достижения экономического роста, заинтересованы в налаживании отношений, стремлении создать атмосферу доверия.

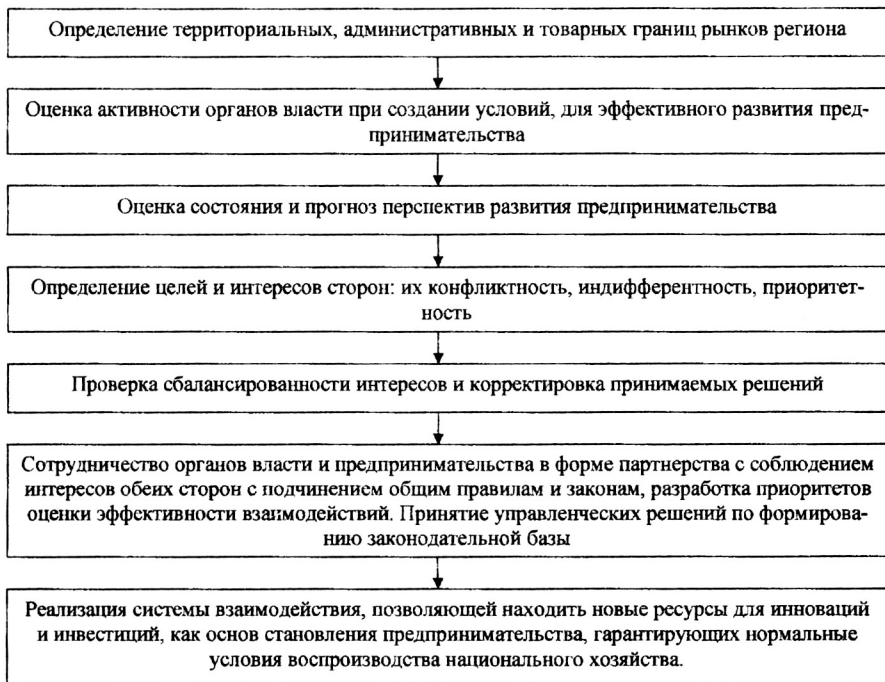


Рисунок 6 - Алгоритм взаимодействия органов власти и предпринимательских структур

Исследования показали, что в основе взаимодействия властных и предпринимательских структур лежат три группы принципов:

I. Принципы взаимодействия органов власти с хозяйствующими субъектами (гарантия защищенности, открытость, достаточность финансовой базы, системность, гибкость, постоянство связи, своевременность, целенаправленность).

II. Принципы формирования деятельности государственных органов управления (адресность, непротиворечивость, рациональная децентрализация управления, эволюционность).

III. Принципы деятельности предпринимательских структур, воздействующие на работу властных структур (законопослушность, единство, социальная направленность, экономичность, ответственность, развитие).

При двусторонней связи и взаимовыгодности экономических отношений хозяйствующих субъектов создаются наиболее благоприятные условия для предпринимательской деятельности каждого из них. В этой ситуации стороны осуществляют взаимный контроль за хозяйственной деятельностью и реализацией интереса, координируют свои действия в разрешении противоречий, достигая тем самым согласованного функционирования интересов. Нужно пом-

нить, что на практике может быть ситуация, когда экономический интерес одного хозяйствующего субъекта реализуется за счет другого или полностью подавляется.

В связи с этим в условиях экономического роста наибольшую значимость приобретают следующие функции государства:

- целенаправленная поддержка инновационной деятельности всех субъектов предпринимательства;
- создание условий для формирования и функционирования института партнерских соглашений в системе предпринимательства;
- экономико-правовое обеспечение интеграции крупного, среднего и малого предпринимательства;
- обеспечение равных возможностей социально-экономического развития для предпринимательских формирований во всех регионах.

Реальным инструментом решения проблемы повышения конкурентоспособности российского предпринимательства в условиях глобализации рынка является реализация идеи взаимовыгодного сотрудничества власти и бизнеса в целях формирования инновационно-направленного бизнеса.

В диссертационном исследовании разработана модель взаимодействия властных и предпринимательских структур, определяющая вклад бизнеса и власти в развитие территории присутствия бизнеса (рис. 7).

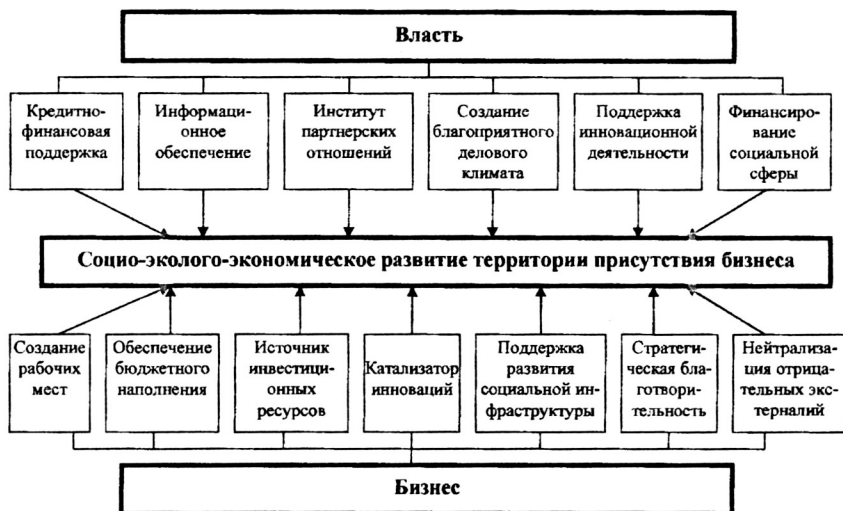


Рисунок 7 - Модель взаимодействия властных и предпринимательских структур при формировании взаимовыгодного экономического пространства

Предпринимательство является главным продуцентом рабочих мест, объектов социальной инфраструктуры, источником инвестиционных ресурсов,

обеспечивающим внедрение новых технологий и создание новых продуктов. Уровень развития бизнеса определяет бюджетное наполнение, и соответственно, степень социальной защищенности общества и экологическую безопасность территории.

Эффективная система взаимодействия должна обеспечивать благоприятные условия развития бизнеса, гарантируя выгодность производственной деятельности, благоприятный инвестиционный и инновационный климат, поддержание благоприятных для развития нового технологического уклада ценовых пропорций и других параметров хозяйственного механизма. Для перевода экономики в режим устойчивого экономического роста требуется формирование механизмов кредитования предпринимательской деятельности, снижение процентных ставок. Модель взаимодействия властных и предпринимательских структур должна обеспечивать создание института партнерских отношений, обеспечивающего доверие структур друг к другу и взаимную ответственность за соблюдение установленных правил взаимоотношений.

Предложенная модель дает достаточно четкое определение вклада каждой из сторон, направленного на формирование взаимовыгодного экономического пространства и повышение конкурентоспособности региона.

В модели взаимодействия органы власти рассматриваются как совокупность законодательных, исполнительных и судебных институтов государственной власти.

Модель взаимодействия властных и предпринимательских структур предполагает заинтересованность власти в повышении эффективности управления, привлекает предпринимательские структуры к эффективному решению проблем обслуживания потребностей общества на основе партнерства.

Совершенствование системы взаимодействия, повышение качества менеджмента и связанные с этим организационные инновации являются важнейшими источниками роста эффективности деятельности предпринимательских структур.

Основные положения диссертации опубликованы в следующих работах:

**Научные статьи в ведущих рецензируемых журналах,
рекомендованных ВАК РФ:**

1. Любимов Ф. А., Омарова Н. Ю. Классификация видов взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке // Российское предпринимательство, 2008 - №1 стр. 68-73

Научные статьи

2. Любимов Ф. А. Методологические подходы к взаимодействию властных и предпринимательских структур // Инновации: информационная база, финансы, экономика. Юбилейный сборник научных статей профессорско-преподавательского состава, аспирантов и студентов, посвященный 20-летию кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, 2008, С. 151-154, 0,3 п.л.

3. Любимов Ф. А., Костусенко А. И. Проблемы взаимодействия властных и предпринимательских структур Новгородской области // Инновации: информационная база, финансы, экономика. Юбилейный сборник научных статей профессорско-преподавательского состава, аспирантов и студентов, посвященный 20-летию кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, 2008, С. 154-158, 0,4/0,2 п.л.

4. Любимов Ф. А., Григорьев В. В. Стратегии коммуникативного взаимодействия организационной культуры управления в предпринимательстве // Современное общество: актуальные проблемы и направления развития. Материалы межвузовской интерактивной научно-практической конференции. – Филиал СЗАГС в г. Великий Новгород. – Великий Новгород, 2007, С. 34-38, 0,3/0,2 п.л.

5. Любимов Ф. А. Основные экономические показатели деятельности малых предприятий Новгородской области // Юбилейный экономический вестник ИЭиУ НовГУ, 2007. - №11, С. 136-138, 0,2 п.л.

6. Любимов Ф. А., Любимов Р. В. Организация управления развитием и поддержкой малого предпринимательства в регионе // Юбилейный экономический вестник ИЭиУ НовГУ, 2007. - №11, С. 138-140, 0,25/0,15 п.л.

7. Любимов Ф. А. Оценка экономического потенциала Новгородской области // Юбилейный экономический вестник ИЭиУ НовГУ, 2007. - №11, С. 161-163, 0,3 п.л.

8. Любимов Ф. А. Основные результаты реализации программы поддержки предпринимательства в Новгородской области «Малый бизнес» // Организационно-экономические проблемы современного предпринимательства. Сборник научных статей профессорско-преподавательского состава и аспирантов / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2007, С.69-70, 0,12 п.л.

9. Любимов Ф. А. Сущность и основные направления взаимодействия предпринимательских структур // Организационно-экономические проблемы современного предпринимательства. Сборник научных статей профессорско-преподавательского состава и аспирантов / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2007, С.95-98, 0,3 п.л.

10

ЛЮБИМОВ ФЁДОР АЛЕКСАНДРОВИЧ

АВТОРЕФЕРАТ

Лицензия ЛР №020815 от 21.09.98

Подписано в печать **12.09.2008** Формат 60х90 1/16 усл. печ. л. 1,35

Тираж 100 экз. Заказ № 163к. Издательско-полиграфический центр
Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого.
173003, Великий Новгород, ул. Б. Санкт-Петербургская, 41
